

Таким образом, можно сделать вывод, что происходящий в творческом альманахе #Artifex #Artifexru диалог Николая Жаринова с аудиторией не только состоялся, но и состоялся на высоком журналистском уровне.

Литература

1. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Л. Р. Дускаева. СПб., 2012.
2. Легойда В. СМИ и религия: о принципиальной (не)возможности адекватного дискурса [Электронный ресурс] // Религия и СМИ. URL: http://www.religare.ru/2_2878.html (дата обращения: 01.02.2019).
3. История о слепоте. Питер Брейгель старший [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4SFxDh2rDj80> (дата обращения: 2.03.2019).

УДК 070.11:004.724 – 026.12 + 004.032.6:008

Пром Н. А.
Волгоградский государственный технический университет

ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕАЛЬНОСТИ МЕДИАДИСКУРСА

Аннотация: Зависимость медиадискурса от социальных институтов и групп, а также неограниченные цифровые возможности определяют специфику современной медиареальности. Сконструированная медиадискурсом реальность обладает рядом характеристик, основанных на фактичности и правдоподобности, обеспечивающихся набором фактов. Задачей предлагаемой статьи является рассмотрение характеристик, к которым мы относим опосредованность, симулятивность, мозаичность, неразличение фикциональных и нефикциональных событий, доминирование инфотейнмента и доступность пертинентного знания и фактов.

Ключевые слова: медиадискурс, медиареальность, медиафакт, достоверность, инфотейнмент.

CHARACTERISTICS OF MEDIA DISCOURSE REALITY

Abstract: The dependence of media discourse on social institutions and groups, as well as unlimited digital opportunities determine the specifics of modern media reality. The reality constructed by the media discourse has a number of characteristics based on factuality and plausibility provided by a set of facts. The purpose of the article proposed is to consider these characteristics that include mediation, simulation, mosaic structure, disability to distinct between fictional and non-fictional events, prevalence of infotainment and availability of pertinent knowledge and facts.

Keywords: *media discourse, media reality, media fact, authenticity, infotainment.*

Проблема медиареальности подвергается обсуждению во многих направлениях гуманитарного знания. Небезынтересна она и для филологии. Задачей предлагаемой статьи является рассмотрение характеристик медиареальности. Социальная обусловленность и современные цифровые возможности определяют функциональность современной медиареальности и, следовательно, ее характеристики, из которых лингвистически релевантными являются следующие.

1. Опосредованность. Медиареальность, претендуя на то, чтобы считаться отражением объективной реальности, является опосредованной через сознание создателя информации и многослойные символические коды институциональных субъектов [2, с. 77], участвующих в селекции, анализе, а затем монтаже фрагментов действительности, а также технические средства, обеспечивающие доставку информации потребителям. Аудитория получает готовые образы, картинку, которые остается только вписать в собственную картину мира. Медиареальность может иметь разную степень искажения: от почти полного соответствия объективной реальности до абсолютного несоответствия [3, с. 51]. Однако граница между этими типами медиареальности незаметна, поскольку создатели медиаконтента наполняют медиадискурс фактами и таким образом создают эффект фактичности, то есть иллюзию соответствия объективной реальности.

2. Симулятивность. Медиареальность, возникшая в качестве возможной реальности, способна выступать «симулирующим субститутом» [4, с. 63] объективной реальности, в результате чего происходит

адаптация картины мира индивида не к фактам действительности, а к ее искаженному образу, и наполнять этот образ зачастую ложными смыслами и ценностями [5, с. 267], которые транслирует виртуальная реальность. Опасения вызывает не столько то, что она трансформирует привычный образ мира в сознании реципиента медиаконтента, сколько то, что она конструирует искаженно реальную картину мира, в которой объективная реальность замещается медиареальностью и «предлагается массовому адресату в качестве единственно возможной и единственно верной» [1, с. 13].

3. Мозаичность. Вследствие реализации принципа монтажа, придающего сконструированной реальности подвижность и выразительность форм, образы медиареальности характеризует мозаичность. Наборы медиафактов и текстов, не связанных один с другим, создают не цельный образ действительности, а динамичные коллажи из ее имиджей [2, с. 76]. Следствием данной характеристики является клиповое мышление современного человека.

4. Неразличение фикциональных и нефикциональных событий. Так, в медиареальности границы между правдой и ложью стираются, а потребители информации теряют интерес к тому, чтобы их различать. Данный феномен является характерным для мифологического сознания в силу лидерства «картинного» варианта изображения и подчиненности ему логических зависимостей [3, с. 18]. Данный признак медиареальности оказал влияние на формирование ряда точек зрения в отношении того, как воспринимать искажения объективной реальности: от абсолютного неприятия лжи с требованием устанавливать достоверность предъявляемой в СМИ информации до толерантного отношения к фейкам в силу невозможности изменить медиареальность и построения собственных алгоритмов получения информации об объективной реальности.

5. Доминирование инфотейнмента при создании медиареальности как принципа структурирования программ, в том числе социально-политического характера. Так, СМИ в Советском Союзе выполняли в основном информирующую, воздействующую функции и лишь в незначительной степени развлекательную, поскольку моральной ценностью советского общества считался лозунг «Жить надо не для радости, а для совести». Развлекательная функция в Америке и Европе имела более успешную реализацию, но современные масштабы интертейнмента иногда поражают воображение. Результатом становятся интенсификация психологического воздействия на личность, возможность манипуляции индивидуальным и массовым сознанием.

6. Доступность пертинентного знания и фактов, соответствующих объективной реальности, обеспечивается разрастанием пространства медиареальности до масштабов, почти сопоставимых с действительностью, где каждый может выбрать информацию в соответствии с личными приоритетами, профессиональной принадлежностью, сиюминутной потребностью «узнать как...» от плетения косичек до устройства сложных приборов.

Таким образом, основу медиареальности составляют разрозненные факты действительности и субъективные семиотические образы, обуславливающие систему ценностей в картине мира, формирующейся у аудитории под воздействием медиадискурса. Сконструированная медиадискурсом реальность обладает рядом характеристик, основанных на фактичности и правдоподобности, обеспечивающиеся набором фактов. В качестве лингвистически релевантных характеристик медиареальности анализ выявил опосредованность, симулятивность, мозаичность, неразличение фикциональных и нефикциональных событий, доминирование инфотейнмента и доступность пертинентного знания и фактов.

Литература

1. Анненкова И. В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (Лингвофилософский аспект) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Анненкова И. В. М., 2012.
2. Кузнецова Е. И. Медиареальность как коммуникативный медиум // Медиафилософия II. Границы дисциплины. СПб., 2009. С. 67–80.
3. Пром Н. А. Медиафакт: между достоверностью и вымыслом // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4. С. 47–54.
4. Чельшева И. В. Социокультурное поле медиа: реальность, коммуникация, человек / И. В. Чельшева. М., 2016.
5. Bargh, J. D. The mind in the middle: A practical guide to priming and automaticity research / J. D. Bargh, T. Chartrand // Handbook of research methods in social and personality psychology / eds. N. T. Reis, C. M. Judd. Cambridge, 2000. P. 253–285.